

ABSTRAKSI

Pelayanan internet ke kost adalah produk utama TitikMaya yang menggunakan kabel sebagai media akses ke pelanggannya. Layanan internet kost ini merupakan layanan prabayar yang menawarkan kemudahan dan kenyamanan dalam mengakses internet. Saat ini jumlah pelanggan TitikMaya dan peningkatannya perbulan cukup tinggi, namun terdapat pula beberapa pelanggan berhenti berlangganan. Berdasarkan data yang diperoleh dari TitikMaya, masih terdapat keluhan keluhan mulai dari sisi jaringan hingga hingga sisi pelayanan. Adanya migrasi sistem kerap kali menimbulkan banyak masalah yang menyangkut jaringan. Bila hal ini berlangsung terus menerus tidak menutup kemungkinan jumlah pelanggan TitikMaya yang berhenti berlangganan akan terus meningkat, dan dengan demikian akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan, karena kehilangan pelanggan potensial dan loyalitas pelanggan lama. Mempertimbangkan hal tersebut, perlu dilakukan suatu evaluasi terhadap performansi layanan TitikMaya untuk kemudian dilakukan perancangan perbaikan layanan TitikMaya dengan hasil akhir berupa usulan layanan yang dapat menjawab kebutuhan dan keinginan pelanggan. Disamping itu, permintaan mahasiswa akan layanan lain selain internet terus berdatangan. Sarana hiburan menjadi pilihan lain. Dari sisi perusahaan hal itu merupakan nilai tambah, karena dapat lebih mengoptimalkan penggunaan jaringan yang telah ada, hanya dengan menambah beberapa sistem baru.

Metoda OGD (*Online Group Discussion*) dipilih untuk mencari data mengenai hal-hal yang menjadi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Metoda ini terhitung efektif dikarenakan pelanggan sendiri yang mengungkapkan apa keinginan mereka dan bukanlah menentukan dari pilihan yang diberikan. Dalam perancangan produk, digunakanlah metoda QFD (*Quality Function Deplyment*) sebagai metoda untuk mengidentifikasi suara konsumen dan menterjemahkannya menjadi karakteristik produk, namun metoda QFD ini tidak mampu menciptakan konsep baru dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen yang seringkali kontradiktif. Untuk mengatasi permasalahan tersebut digunakan metoda TRIZ (*The Theory of Inventive Problem Solving*) yang berperan untuk menciptakan kosep baru dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang kontradiktif tersebut.

Dari hasil pengolahan data dan penelitian, didapatkan 23 atribut kebutuhan pelanggan akan kualitas layanan dan 2 atribut kebutuhan tarif. Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang dilakukan terhadap 23 atribut kebutuhan dan 25 karakteristik teknis serta penyelesaian masalah kontradiksi antar karakteristik teknis pada bagian *co-relationship* matriks HoQ dengan menggunakan TRIZ. Rekomendasi perbaikan ditujukan kepada 10 atribut kebutuhan dengan nilai *Raw Weight* yang tertinggi. Dari rekomendasi tersebut diberikanlah beberapa usulan produk yang sesuai dengan hasil survey, yang diharapkan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata kunci : TitikMaya, QFD, Basic service, Value added service